**Практичне заняття № 6.**

**Вплив засобами масової комунікації.**

1. Маніпулофобія як соціальне явище.

2. Особистість як об’єкт масового впливу.

3. Поняття маси. Масифікація.

4. Масовокомунікаційна регуляція. Призначення масифікатора.

5. Психологічні масові впливи.

6. Природа маніпуляцій.

**Література**

1. Була С. П. Свідерська О. І. Соціальні мережі як інструмент політичної маніпуляції. Політикус: наук. журнал. 2020. № 4. С. 21–25. [http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/10335/1/Bula%2c%20Sviderska.pdf](http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/10335/1/Bula%2C%20Sviderska.pdf)
2. Макаренко Л. П. Сутність, роль та основні прийоми політичної пропаганди. *Гілея*. 2014. № 83. <http://www.gileya.org/download.php?id=102>
3. Мошак Д. С. Сучасні політичні маніпуляції: політико-комунікаційний та політико-технологічний виміри. Політикус : наук. журнал. 2020. № 4. С. 42–46. <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/10338/1/Moshak.pdf>
4. Павлов Д. Політична пропаганда: до визначення поняття. *Гілея*. 2013. № 79 <http://www.gileya.org/index.php?ng=library&cont=long&id=98>
5. Руденко Н. В. Сугестія як засіб формування громадської думки в сучасних англомовних інтернет-виданнях: інформаційно-комунікаційні стратегії та способи їх реалізації: дис....д-ра філософії: 061. Суми, 2022. 235 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/88567/3/%D0%94%D0%B8%D1%81%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F_%D0%A0%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9D.%D0%92..pdf>
6. Супермаркет пропаганди: США <https://adastra.org.ua/blog/supermarket-propagandi-ssha>
7. Bernays E. Propaganda. Rossendale: Desert, 2018, 170 p.

**ЗАВДАННЯ**

1. *Чому після падіння комуністичних режимів з’явилося поняття маніпулофобія? До яких наслідків це призвело?*
2. *Які основні чинники впливають на масову свідомість і поведінку людей?*
3. *Чому маси важко піддаються раціональному впливу, і які психологічні чинники за цим стоять?*
4. *У чому полягає відмінність у впливі на особистість реклами і мистецтва?*
5. *Що відрізняє стихійну масу від незібраної публіки?*
6. *Які риси характерні для натовпу і публіки, і як вони впливають на масову свідомість?*
7. *Оберіть реальну ситуацію та проаналізуйте, як відбулося масове емоційне зараження. Це може бути, наприклад, протест, концерт чи спортивна подія. Розгляньте, як емоції передавалися від однієї людини до іншої, і як це вплинуло на поведінку маси.*